

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan analisis data penelitian di MA Nur El Falah Kubang Petir dan MA Nurul Huda Baros, maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan minat pelanggan

Langkah pertama yang dilakukan pada MA Nur El Falah Kubang Petir dimulai dari perencanaan melalui rapat kepala madrasah beserta seluruh dewan guru untuk menetapkan tujuan, langkah-langkah pemasaran, menetapkan panitia serta membahas rencana anggaran yang akan digunakan. Kedua, tahap pengorganisasian untuk menetapkan ketua panitia pemasaran jasa pendidikan dan anggota. Ketiga, pelaksanaan pemasaran yaitu meliputi pelaksanaan program unggulan, diantaranya Tahfidz, gratis biaya pendaftaran dan SPP bulanan, serta beasiswa, selain itu dalam pelaksanaan pemasaran MA Nur El Falah mengedepankan layanan pendidikan antara lain menyediakan sarana prasarana untuk mendukung proses belajar mengajar, ekstrakurikuler untuk

mendukung minat dan bakat siswa dan tenaga kependidikan yang kompeten dibidangnya. Keempat, *controlling* dan evaluasi, *controlling* yang dilakukan pada pemasaran MA Nur El falah langsung oleh kepala madrasah dengan berkomunikasi dengan setiap divisi yang ada serta evaluasi dilakukan setiap selesainya kegiatan.

Adapun yang dilakukan pada MA Nurul Huda yaitu pertama dengan melakukan perencanaan pemasaran dengan mengadakan rapat rutin sebelum akan dilakukannya PPDB untuk membahas tujuan pemasaran, susunan kepanitiaan, strategi serta anggaran yang akan digunakan. Kedua, tahap pengorganisasian dengan memilih ketua pelaksana dan staff-staff yang akan ada di pemasaran. Ketiga, tahap pelaksanaan pemasaran yaitu dengan melaksanakan program unggulan sekolah antara lain, tahfidz, beasiswa pendidikan, serta gratis biaya pendaftaran. Terakhir yaitu *controlling* dan evaluasi, *controlling* yang dilakukan langsung oleh kepala madrasah dengan cara terjun langsung pada kegiatan yang dilaksanakan serta evaluasi dengan mengadakan rapat setelah selesainya kegiatan sekolah.

## 2. Analisis Faktor Pendukung Manajemen Pemasaran Pendidikan

Faktor pendukung manajemen pemasaran pendidikan di MA Nur El Falah di antaranya adalah; lokasi yang strategis, bebas biaya sekolah, dukungan moral dan moril dari yayasan, pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas, program unggulan madrasah, dan memiliki relasi yang luas.

Sementara itu faktor pendukung manajemen pemasaran pendidikan di MA Nurul Huda di antaranya adalah; lokasi sekolah yang strategis, bebas biaya pendaftaran, dukungan dari yayasan, pendidik dan tenaga kependidikan yang kompeten, dan program unggulan madrasah.

## 3. Faktor Penghambat Manajemen Pemasaran Pendidikan

Faktor penghambat manajemen pemasaran MA Nur El falah di antaranya adalah; ketatnya persaingan antar sekolah, stigma masyarakat menganggap rendah lulusan Madrasah Aliah, sarana prasarana yang kurang memadai, tidak beragamnya kegiatan ekstrakurikuler madrasah, dan keterbatasan biaya.

Selain itu, faktor penghambat manajemen pemasaran MA Nurul Huda di antaranya adalah; ketatnya persaingan antar sekolah, stigma masyarakat menganggap rendah lulusan madrasah

alial, sarana prasarana yang kurang memadai, tidak beragamnya kegiatan ekstrakurikuler madrasah dan keterbatasan biaya.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa manajemen pemasaran jasa pendidikan MA Nur El Falah dan MA Nurul Huda berimplikasi pada program unggulan dan kualitas layanan pendidikan. Dengan menggunakan prinsip manajemen pemasaran diharapkan lembaga pendidikan yang dihasilkan dapat memenuhi standar pendidikan dan harapan masyarakat. Hal itu dikarenakan MA Nur El Falah dan MA Nurul Huda melihat situasi dan kondisi yang terjadi sesuai kebutuhan pendidikan yang ada di masyarakat. Pada setiap produk jasa yang berupa penguatan pada nilai-nilai agama islam memiliki visi dan misi serta tujuan yang jelas. Seluruh warga sekolah termasuk kepala madrasah, pendidik dan tenaga kependidikan berupaya optimal agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Selain itu manajemen pemasaran jasa pendidikan MA Nur El Falah dan MA Nurul Huda yang dilakukan berimplikasi pada pelanggan. manajemen pemasaran yang dilakukan dengan manajemen yang baik diharapkan dapat menarik pelanggan agar memilih MA Nur El Falah dan MA Nurul Huda sebagai tempat untuk melanjutkan

jenjang pendidikan selanjutnya. Untuk keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut menawarkan layanan yang memuaskan bagi pelanggannya dengan selalu berupaya melakukan manajemen pemasaran dengan maksimal.

### **C. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan implikasi diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi lembaga MA Nur El Falah peneliti menyarankan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam memaksimalkan manajemen pemasaran jasa pendidikan. Agar pemasaran lebih baik sehingga tujuan lembaga dapat tercapai.
2. Bagi MA Nurul Huda peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan dan mengaktifkan kembali ekstrakurikuler yang ada, untuk menarik minat calon peserta didik sehingga dapat menambah daya tarik calon peserta didik untuk melanjutkan pendidikan di lembaga tersebut.
3. Kepada pihak pejabat pemerintahan yang berwenang agar selalu memberikan perhatian dan motivasi yang proporsional yang berupa finansial, sarana prasaranan maupun hal lainnya sehingga dapat menunjang pelaksanaan pendidikan secara utuh dan menyeluruh serta ramah terhadap pendidikan.

4. Kepada penulis selanjutnya penelitian ini masih terbatas pada manajemen pemasaran jasa pendidikan, oleh karena itu penting bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan lebih lanjut tentang penelitian ini.
5. Kepada para pembaca tesis ini penulis mengharap sumbang saran dan kritik yang membangun demi sempurnanya tesis ini dan untuk perbaikan penelitian di masa yang datang. Sesungguhnya tiada yang sempurna di dunia ini kecuali Yang Maha Sempurna. Semoga ada manfaatnya.